



Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat DKI Jakarta

Yulia Sawitri^{1*}, Fathihani Fathihani²

¹Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, 11119422@mahasiswa.undira.ac.id

²Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, fathihani@undira.ac.id

*Corresponding Author: 11119422@mahasiswa.undira.ac.id¹

Abstract: *This study aims to examine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use and income on interest of using paylater services. The population in this study is the people of DKI Jakarta who know the Shopee Paylater service. The research method used is quantitative method with primary data obtained from distributing questionnaires with a total sample of 144 people domiciled in DKI Jakarta. The analytical method uses the Partial Least Square Structural Positive and Equation Model (SEM) application (smartPLS 4.0). Perceived usefulness, perceived ease of use and income have a positive and significant effect on intention to use; The novelty of the research is taking the object of research, namely paylater services.*

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Income, Intention of Using Paylater.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Paylater (Studi Kasus Pada Masyarakat di DKI Jakarta). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 144 orang berdomisili di DKI Jakarta. Metode analisis dengan menggunakan aplikasi Structural Positive and Equation Model (SEM) Partial Least Square (smartPLS 4.0). Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan; Kebaruan penelitian berupa pengambilan objek penelitian yaitu layanan paylater.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Pendapatan, Minat Menggunakan Layanan Paylater

PENDAHULUAN

Fintech telah sepenuhnya mengubah pengalaman pembayaran dengan hanya menggunakan *handphone*. Fintech sangat mengganggu industri keuangan. Salah satu alasan utamanya Fintech telah begitu sukses dalam menyediakan produk transformasional dengan biaya terjangkau (Asja, Susanti, and Fauzi 2021). Salah satu jenis Fintech yaitu *Paylater* menjadi salah satu inovasi Fintech yang kini banyak diminati oleh masyarakat dalam melakukan transaksi (Eviana and Saputra 2022). *Paylater* yang biasa digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan opsi pembayaran cicilan dengan tenor tertentu di *platform ecommerce* atau *online marketplace*. Layanan ini terintegrasi secara khusus ke dalam layanan pembayaran yang ada di masing-masing *platform* (Amalia 2022).

Aplikasi *Paylater* ini memiliki sistem yang fungsi dan manfaat yang sama persis dengan kartu kredit (Nathania, Prasetya, and Akuntansi 2023). Konsep utama dari fitur pembayaran kekinian ini adalah ‘Beli sekarang bayar nanti’. Fitur *Paylater* sangat cepat populer karena kemajuan teknologi sistem pembayaran di *e-commerce* raksasa seperti Tokopedia, Shopee, Traveloka, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, Gojek dll yang dapat mendukung masyarakat untuk turut, mencoba dan merasakan manfaat dari fitur *Paylater*. (Masykur 2019).

Pengguna *paylater* meningkat karna proses pendaftaran kartu kredit di bank yang bisa dibilang cukup susah dan bisa memakan waktu sampai 14 hari. Dibandingkan dengan pengajuan kredit di aplikasi – aplikasi fintech seperti SPayLater. SPayLater hanya dapat diaktifkan bila akun Shopee sudah berusia 3 bulan, akun Shopee harus sering digunakan untuk bertransaksi, aplikasi shopee harus update terbaru, dan memiliki KTP (Shaid 2022). Jika persyaratan tersebut sudah terpenuhi maka pengguna dapat mengaktifkan SPayLater. Pengguna dapat melakukan verifikasi KTP dan wajah lalu pengajuan tersebut akan diperiksa oleh tim 2 x 24 jam. Setelah SPayLater aktif, pengguna dapat berbelanja sesuai limit yang diberikan oleh shopee. Untuk pembayaran SPayLater bisa dilakukan 1x bayar dan sistem cicilan 3x, 6x, bahkan 12x dengan jatuh tempo tanggal 5 dan 25 setiap bulannya (Palinggi and Allolinggi 2020).

Selain syarat yang mudah dan proses yang cepat, salah satu aspek yang menjadi daya tarik fitur *Paylater* ini adalah mampu memberikan pinjaman kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank (*unbanked*), sehingga membuka kesempatan bagi berbagai jenis kalangan masyarakat dalam menggunakan fitur *Paylater* ini, daya tarik inilah yang kemudian menjadikan *Paylater* menjadi salah satu inovasi yang diminati pengguna saat ini (Eviana and Saputra 2022).

Objek penelitian yang dipilih adalah Shopee *Paylater* karena fitur ini paling banyak digunakan di Indonesia sepanjang tahun 2021, mengalahkan GoPay *PayLater* dan Kredivo (Tia 2022). Oleh karena itu peneliti berminat untuk meneliti faktor apa saja yang mendasari minat dalam penggunaan Shopee *Paylater*. Penelitian dengan variabel faktor – faktor yang mempengaruhi minat menggunakan sudah pernah dilakukan sebelumnya.

Variabel pertama yaitu manfaat, manfaat yang diberikan Shopee sejalan dengan persepsi manfaat yang dipaparkan oleh Davis (1989) yaitu sejauh apa pengguna mempercayai suatu sistem akan mendorong kinerjanya jika digunakan (Asja et al. 2021). Salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Ritonga and Amelianny 2022) kemanfaatan yang telah di aplikasikan Shopee *Paylater* berupa kemanfaatan dalam membeli kebutuhan dan keinginan terlebih dahulu dan membayar pada waktu yang ditentukan telah dirasakan mahasiswa dengan baik sehingga berdampak pada niat mahasiswa yang signifikan untuk menggunakan aplikasi Shopee *Paylater*.

Namun terdapat juga penelitian yang mendapatkan hasil sebaliknya dimana manfaat tidak berdampak signifikan terhadap niat menggunakan *e-money* (Mentari et al. 2019).

Faktor kedua adalah kemudahan merupakan tingkatan dimana pengguna merasakan bahwa sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah, dan mudah digunakan oleh pemula (Simamora and Fatira AK. 2019). Dan kemudahan (ease of use) oleh (Davis,1989) mendefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan. Kemudahan yang mengarah pada keyakinan individu bahwa pemakaian sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha (Rachmawati et al. 2019).

Variabel terakhir adalah Pendapatan, Menurut Robert M.Z. Lawang menyebutkan pendapatan adalah semua yang diterima oleh seseorang dalam satu bulan atau satu tahun yang dapat diukur dengan nilai ekonomi (Hartini 2019) Menurut penelitian (Asja et al. 2021) pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat pendapatan akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen. Sedangkan penelitian lain menyatakan pendapatan tidak menjadi faktor penting yang dapat mendorong minat individu dalam menggunakan Pay Later, sebab walaupun individu tersebut memiliki pendapatan yang baik tinggi maupun rendah, namun apabila tidak sesuai dengan kebutuhan maka pengguna tidak akan merasa keinginan untuk menggunakan PayLater begitu juga sebaliknya (Eviana and Saputra 2022).

Beracuan ke pemaparan di atas, rumusan masalah dalam karya ilmiah ini seperti:

1. Apakah pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan layanan Paylater ?
2. Apakah pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan layanan PayLater ?
3. Apakah pengaruh pendapatan terhadap minat menggunakan layanan PayLater ?

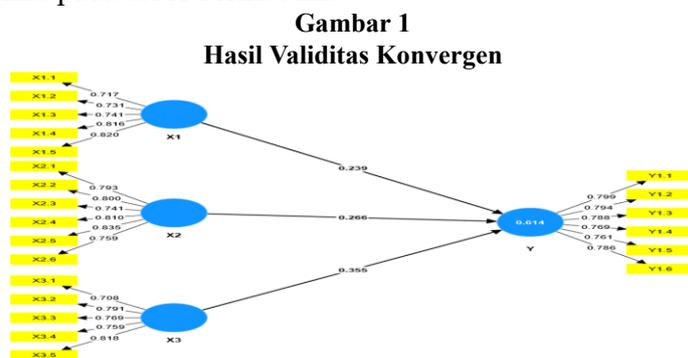
METODE

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode dengan program Partial Least Square (PLS) dengan software smartPLS versi 4.0. Partial Least Square adalah model alternatif dari Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis varians. Selain digunakan untuk mengonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Pada PLS tidak diperlukan asumsi normal multivariat, dapat menggunakan skala pengukuran nominal, ordinal, interval dan rasio serta ukuran sampel tidak harus besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen mempunyai makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Uji validitas konvergen terpenuhi jika skor yang diperoleh dengan dua instrument berbeda yang mengukur konsep yang sama menunjukkan korelasi tinggi. Ukuran refleksi individual dengan konstruk yang diukur dapat dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas konvergen dari ketiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini:

Tabel 1
Hasil Validitas Konvergen

	Manfaat	Kemudahan	Pendapatan	Minat Menggunakan	Keterangan
X1.1	0.717				Valid
X1.2	0.731				Valid
X1.3	0.741				Valid
X1.4	0.816				Valid
X1.5	0.820				Valid
X2.1		0.793			Valid
X2.2		0.800			Valid
X2.3		0.741			Valid
X2.4		0.810			Valid
X2.5		0.835			Valid
X2.6		0.759			Valid
X3.1			0.708		Valid
X3.2			0.791		Valid
X3.3			0.769		Valid
X3.4			0.759		Valid
X3.5			0.818		Valid
Y1.1				0.799	Valid
Y1.2				0.794	Valid
Y1.3				0.788	Valid
Y1.4				0.769	Valid
Y1.5				0.761	Valid
Y1.6				0.786	Valid

Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa semua loading faktor memiliki nilai diatas 0,70. Sehingga, konstruk untuk semua variabel tidak ada yang dieliminasi dari model. Dengan demikian, semua konstruk sudah dikatakan valid dan memenuhi validitas dengan loading faktornya diatas 0,70. Selanjutnya, validitas konvergen (Convergent Validity), menurut (Ghozali 2010) Convergent Validity bertujuan untuk melihat korelasi antara indikator-indikator yang digunakan dalam suatu konstruk. Sebuah penelitian dikatakan telah memenuhi syarat validitas konvergen apabila indikator yang digunakan dalam suatu konstruk berkorelasi dan seluruh outer loading dari indikator tersebut harus signifikan secara statistik untuk memastikan kelayakan model, dan standar yang digunakan untuk outer loading yaitu 0,7 (Ghozali 2010). Dapat dilihat dari tabel 1 menunjukkan semua indikator telah memenuhi syarat dari validitas konvergen.

Hasil Uji Average variance Extracted (AVE)

Tabel 2
AVE atau Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Manfaat	0.587	Reliabel

Kemudahan	0.624	Reliabel
Pendapatan	0.592	Reliabel
Minat Menggunakan	0.613	Reliabel

Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Hasil Uji Composite Reliability

Tabel 3
Hasil Pengujian Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Manfaat	0.876	Reliabel
Kemudahan	0.909	Reliabel
Pendapatan	0.879	Reliabel
Minat Menggunakan	0.905	Reliabel

Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Berdasarkan tabel 3 tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk berada diatas 0.70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Hasil Uji Cronbach Alpha

Tabel 4
Hasil Pengujian Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Manfaat	0.824	Reliabel
Kemudahan	0.879	Reliabel
Pendapatan	0.827	Reliabel
Minat Menggunakan	0.874	Reliabel

Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Cronbach Alpha biasanya digunakan sebagai model pengukuran yang dinilai dengan menggunakan reliabilitas dan validitas. Dimana untuk reliabilitas dapat digunakan Cronbach's Alpha. Nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai minimal ialah 0,70.

Hasil Hipotesis

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Sample Asli	T Statistics	P Values	Keterangan
Manfaat	0.239	2.434	0.015	Berpengaruh Positif
Kemudahan	0.266	2.507	0.012	Berpengaruh Positif
Pendapatan	0.355	3.063	0.002	Berpengaruh Positif

Sumber: Hasil Pengujian dengan SEM PLS 4

Dalam PLS (Partial Least Square) pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal pengujian hipotesis ini akan dilakukan hitung dengan bootstrap terhadap sampel.

Pengaruh Manfaat (X1) Terhadap Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variabel manfaat terhadap minat menggunakan sebesar 2,492. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih

besar dari 1,96. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara manfaat terhadap minat menggunakan pada Masyarakat di Dki Jakarta.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat menjadi salah satu faktor dalam melakukan metode pembayaran pada bisnis e-commerce, karena jika konsumen merasa mendapatkan kegunaan dari metode pembayaran paylater maka konsumen akan tertarik dan berminat untuk menggunakan metode pembayaran tersebut. Selanjutnya jika konsumen merasa dengan menggunakan paylater proses transaksi akan lebih cepat maka konsumen akan beranggapan bahwa layanan ini dapat memberikan kegunaan untuk dirinya, sehingga konsumen dengan senang hati akan menggunakan layanan paylater yang ditawarkan e-commerce (Asja et al. 2021).

Sebaliknya, jika konsumen menganggap bahwa Paylater tidak memberi kegunaan sama sekali bagi dirinya, maka konsumen tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian (Sanoesi and Setiawan 2022) yang menyatakan bahwa pengguna dalam menggunakan shopee paylater bermanfaat saat berbelanja, seperti mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan tambahan, memberikan rasa aman dan meningkatkan efisiensi. (Purnamasari et al. 2021) menyatakan bahwa semakin baik perceived usefulness (persepsi manfaat) yang dimiliki oleh layanan jasa maka semakin tinggi manfaat penggunaan yang dirasakan oleh konsumen setelah merasakan manfaat dari teknologi yang diberikan dari suatu layanan jasa. Penelitian (Deswari and Patrisia 2022) mendapatkan hasil Perceived security memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perceived usefulness. Hal ini dapat menjadi acuan untuk lebih meningkatkan faktor usability yang diberikan oleh penyedia layanan Paylater.

Pengaruh Kemudahan (X2) Terhadap Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variable kemudahan minat menggunakan sebesar 2,516. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih besar dari 1,96. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap minat menggunakan pada Masyarakat di Dki Jakarta.

Persepsi kemudahan tidak menjadi faktor penting pada metode pembayaran paylater, karena walaupun konsumen merasa bahwa layanan Paylater sangat mudah untuk digunakan, tidak akan membuat konsumen tertarik atau berminat untuk menggunakan metode pembayaran paylater. Karena untuk membuat konsumen memutuskan menggunakan layanan Paylater tidak hanya faktor kemudahan saja akan tetapi dibutuhkan faktor lainnya. Paylater merupakan metode pembayaran baru yang lebih mudah digunakan daripada kartu kredit, akan tetapi hal itu tidak menjadi faktor penting untuk menarik minat konsumen, karena perlu pertimbangan dalam penggunaan paylater seperti sanggupkah membayar tagihan, bunga, biaya penanganan, dan denda jika telat membayar (Asja et al. 2021).

Pengaruh Pendapatan (X3) Terhadap Minat Menggunakan (Y)

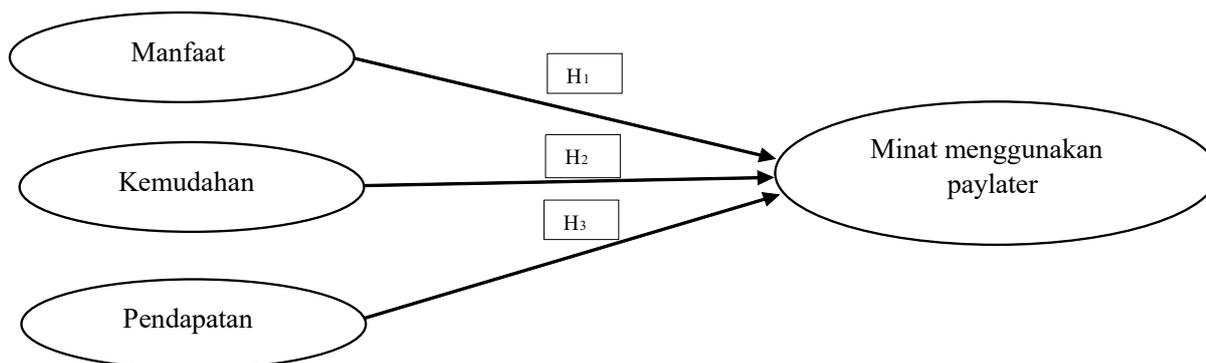
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variabel pendapatan terhadap minat menggunakan sebesar 3,168. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih besar dari 1,96. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap minat menggunakan pada Masyarakat di Dki Jakarta.

Pendapatan menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan paylater. Konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi maka dia akan tertarik dan berminat menggunakan paylater, karena semakin tingginya pendapatan seseorang maka kebutuhan atau konsumsi juga ikut meningkat. Oleh karena itu faktor pendapatan menjadi faktor yang penting dalam menentukan minat seseorang untuk menggunakan paylater.

Selain itu dalam penggunaan paylater maka seseorang memiliki tanggungjawab untuk menyelesaikan proses pembayaran atau cicilan sampai lunas, oleh sebab itu jika konsumen tidak memiliki pendapatan maka ia tidak akan tertarik untuk memakai paylater karena jika ia tidak membayar tagihan paylater dengan semestinya maka akan ada resiko yang harus ditanggung oleh konsumen contohnya, denda sebesar 5%, akun dibekukan, akan tercatat di BI Checking, dan didatangi debt collector.

Kerangka Kerja Konseptual

Beracuan ke penjabaran di atas, didapat kerangka berpikir pada ulasan ini.



Gambar 1: Kerangka Berpikir

Beracuan ke penjabaran di atas, mempertegas jika:

1. H1: Persepsi Manfaat (X1) berdampak positif terhadap Minat Menggunakan (Y)
2. H2: Persepsi Kemudahan (X2) berdampak positif terhadap Minat Menggunakan (Y)
3. H3: Pendapatan (X3) berdampak positif terhadap Minat Menggunakan (Y)

KESIMPULAN

Berdasarkan penuturan di atas, rumusan hipotesis pada artikel selanjutnya, yaitu:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat persepsi manfaat akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat persepsi kemudahan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.
3. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat pendapatan akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Nida. 2022. "Mendalami Jenis Dan Kegunaan Paylater Untuk Pelaku Bisnis."

Asja, Hasanah Jaya, Santi Susanti, and Achmad Fauzi. 2021. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat Di DKI Jakarta." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen* 2(4):309–25. doi: 10.35912/jakman.v2i4.495.

Davis, F. D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*.

Deswari, Febrisa Putri, and Dina Patrisia. 2022. "OMISS Operations Management and Information System Studies Intention to Use Paylater in Indonesia Based on the Technology Acceptance Model Analysis." 2(4):244–59.

- Eviana, Vivi, and Agung Joni Saputra. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6(1):1968–77.
- Hartini, Kustin. 2019. "KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA TAQSITH Dan Digunakan Untuk Memenuhi Kebutuhan Sehari-Hari . 1 Kebutuhan Manusia Terkait Dengan Kehidupan Sehari-Hari . Menurut Setiadi Dan Kolip Yang Dimaksud Dengan Lingkungan Sosial Baik Secara Langsung Maupun Tidak Langsung." *Ekonomi Dan Perbankan Syariah* IV(7).
- Masykur, Fuad. 2019. "Abstrak Pendahuluan Pembahasan." 2(1):89–103.
- Nathania, Audrey, Early Prasetya, and Progam Studi Akuntansi. 2023. "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace." *Jurnal Akuntansi* 3(2):593–601.
- Palinggi, Sandryones, and Lutma Ranta Allolinggi. 2020. "Analisa Deskriptif Industri Fintech Di Indonesia: Regulasi Dan Keamanan Jaringan Dalam Perspektif Teknologi Digital." *Ekonomi Dan Bisnis* 6(2):177–92. doi: 10.35590/jeb.v6i2.1327.
- Purnamasari, Rita Dewi Anggraeni, Hadi Sasana, and Ivo Novitaningtyas. 2021. "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater." *Jurnal Manajemen* 13(3):420–30.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Yunus Handoko, Fenia Nuryanti, Maulidia Wulan, and Syarif Hidayatullah. 2019. "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019* 3(September):1617–25.
- Sanoesi, R. N. W. O., and Hendra Setiawan. 2022. "Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Shaid, Nur Jamal. 2022. "Syarat Dan Cara Mengaktifkan Shopee PayLater Dengan Mudah."
- Simamora, Awy Apriani Ningrum, and Marlya Fatira AK. 2019. "Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online." *Jurnal Maneksi & Akuntansi Dan Politeknik Negeri Medan* 8(2):213–22.
- Tia, Rizki. 2022. "Layanan Paylater Yang Paling Banyak Dipakai & Jadi Perbincangan Warganet."